



發行人：高長
社長：林中和
總編輯：姜志俊
編輯委員：石美瑜 王添義 李永然
李孟洲 偕德彰 黎堅
蕭新永 徐丕洲
執行編輯：盧涵芸
攝影：黃偉遜
發行所：臺北企業經理協進會
地址：臺北市信義區基隆路一段
149號10樓之6
電話：(02)2756-3266
傳真：(02)2756-5518
E-mail：cpmaot@ms22.hinet.net

設計印刷：瑞明彩色印刷有限公司
地址：新北市新莊區化成路267
巷13號
電話：(02)2991-7945
(02)2991-7529
傳真：(02)2991-9113
E-mail：rayming@so-net.net.tw

行政院新聞局登記證局版北市誌字第875號
中華郵政北台字第6445號執照登記為雜誌交寄
本刊圖文均有著作權，未經同意不得轉載、翻印

歡迎惠賜稿件，文章以2-3千字為主，
文責自負，本刊對來稿有刪改權，不願
刪改者請預先聲明，並請勿一稿數投；
不適者不予刊登。

臺商張老師
諮詢服務申請表



愛滋病防治衛教宣導

ADS 如何預防愛滋病

★避免性濫交及嫖妓

★不與人共用針頭、針筒

★正確使用保險套

ADS 諮詢與檢驗

詳見衛生署疾病管制局

<http://www.cdc.gov.tw/>

FB：www.facebook.com/TWCDC

微博：weibo.com/u/3963161340

如需本刊，歡迎洽閱

目錄

本月刊全文均已登上「大陸臺商經貿網」
網址：<http://www.chinabiz.org.tw>

臺商張老師月刊

臺北企業經理協進會發行
中華民國八十七年五月創刊
中華民國一〇六年一月十五日出版

焦點主題

- | | | |
|---|--------------------|-----|
| 2 | 大陸台商如何運用網路社群做產品行銷 | 張世泰 |
| 3 | 台商利用社群平台行銷的思維 | 陳立夫 |
| 4 | 台商如何活用五大社群網站增強行銷實力 | 徐丕洲 |

法律保障實務

- | | | |
|---|---------------------|-----|
| 6 | 中國大陸自貿試驗區關於仲裁制度的新變革 | 陳希佳 |
|---|---------------------|-----|

會計稅務實務

- | | | |
|---|--------------------|-----|
| 7 | 大陸銀行對外資帳戶的清查對台商的影響 | 陳文孝 |
|---|--------------------|-----|

海關物流實務

- | | | |
|---|--------------------|-----|
| 8 | 原產地規則效應與對大陸出口企業的影響 | 童裕民 |
|---|--------------------|-----|

經營管理實務

- | | | |
|---|------------------------|-----|
| 9 | 從中共中央經濟工作會議看四樑八柱性改革與商機 | 洪清波 |
|---|------------------------|-----|

- | | | |
|----|-----------------|----|
| 10 | 大陸經濟在「穩中求進」中向前行 | 高長 |
|----|-----------------|----|

諮詢解答

- | | | |
|----|------------------------|-----|
| 11 | 大陸台商在何種情形下可以運用仲裁解決合同爭議 | 李永然 |
|----|------------------------|-----|

- | | | |
|----|--------------------|-----|
| 12 | 與陸資工廠訂定合作生產合同應注意事項 | 吳光明 |
|----|--------------------|-----|

- | | | |
|----|---------------------------|-----|
| 13 | 小三通貿易帳務處理及建置ERP系統應注意事項為何？ | 蔡卓勳 |
|----|---------------------------|-----|

- | | | |
|----|-------------------------------|-----|
| 14 | 請大陸公司提供大陸台灣公司之客戶勞務支出，匯款應如何處理？ | 黃謙閔 |
|----|-------------------------------|-----|

兩岸資訊站

■臺灣地區資訊

- | | | |
|----|------------|--------|
| 15 | 兩岸經濟交流統計速報 | 陸委會經濟處 |
|----|------------|--------|

兩岸重要經濟指標統計速報

陸委會經濟處

■大陸地區資訊

- | | | |
|----|------------|-----|
| 16 | 大陸最新法規動態摘要 | 姜志俊 |
|----|------------|-----|

臺商張老師現場駐診活動時間（二月份）

地點	日期	類別	地點
北部	2/07	財稅會審類	臺北企業經理協進會會議室 14：00～16：00
	2/09	人力資源類	
	2/14	企業經營類	
	2/16	產業服務類	
	2/21	法律服務類	
	2/23	產業服務類	
中部	2/15	財稅會審類	台中直轄市商業會 14：30～16：30
南部	2/23	法律服務類	高雄市博愛大八飯店 18：30～20：30

駐診活動採「預約制」，請先致電本會秘書處(02)2756-3266盧小姐，索取駐診諮詢服務申請單，以利後續安排事宜！



大陸台商如何運用網路社群 做產品行銷

■ 張世泰

2000 年後寬頻網路價格下降，用戶數急遽攀升，互聯網因此快速崛起，短短幾年時間，網際網路在中國大陸已擁有世界上第一大的用戶群體，使用網路的人口比率高達大陸總人口數六成以上，其中又以智慧手機上網的比例佔多數；另一方面數位貨幣的發展也跳過信用卡世代，直接從線上協力廠商支付切入，迅速普及至生活中食、衣、住、行每一個角落，無論在法規或技術的支持皆遠遠超過台灣，當然在商業行銷模式上也順應著這股數位洪流滾滾而來，戰線從傳統媒體拉至線上平臺與社群，顯見所謂的「社群經濟」已在你我日常生活中發酵。

在大陸日常消費習慣上與台灣差異較大的關鍵在於，生活上無論是購物、購票、繳費，只要是跟支付扯得上關係的，幾乎都能透過手機微信或支付寶來付款，甚至年節時還能派送紅包，這樣的使用習慣已經為電子商務與網路社群奠定良好的基石。在中國幾個主要的社交平臺上例如微信、微博上興起一種微店、微商城的概念，透過在朋友圈中分享圖文訊息，並以團購、代購等行銷模式逐步擴展，此種模式慢慢由個人微商、品牌微商、社群微商最後演變至平臺微商，透過社群管道增加通路並將人流導入平臺，有效解決貨源、交易機制、信任機制以及消費者保障等問題，在不下數百個平臺之中又以天貓、淘寶、阿里巴巴、京東等規模較大，也適合台商經營自己的網店，設定有效關鍵字與廣告投放再搭配社群的力量來增加人流與曝光度，藉以達成業績增長之目的。台商在進入大陸電子商務環境中要注意的是，初期建議投入小量資金來試探市場反應，以台製品牌為優勢，達到產品區隔，避免削價競爭，再者若能結合其它台商產業或服務將更能創造商品價值。

回想十年前我們接收媒體資訊的管道是很狹

窄且又緩慢，在已進入 2017 年的當前，產品行銷模式又再度發生了革命性的變化，越來越注重效率及互動性，各大社群平臺紛紛上線提供直播服務，讓整個網路平臺瞬間增加了多彩多姿的即時動態資訊，觀眾可以按照自己的喜好挑選頻道，這種行為已經打破了過往漁翁撒網的行銷方式（不論對象皆以相同的內容做行銷），大大提高了產品訊息發送者與潛在目標客群接觸的機會，甚至多了即時互動，能立刻解決買家的疑惑；因直播成本低廉唾手可得，人人都有機會成為明星，那些所謂的「網紅」、「網美」她們所言所行都深深影響著成千上萬的支持擁護者，只要發表了最近什麼東西好用，什麼東西好吃，比品牌花費大筆資金做廣告更來得有效，網紅能夠吸引更多觀眾來滿足成就並賺取紅利，而觀眾即時接收新鮮趣聞抒發生活壓力，同時在無意識中接到產品訊息，最後廠商達成行銷目的，使得業績長紅創造一種三贏的局面。

其它像是人工智慧型對話機器人客服，能提供 24 小時無間斷的商品服務線上諮詢，節省了大量重複問答的人力資源，且能同時應付數以百計的顧客所提出的疑問，在淘寶、集團酒店、金融產業上都已經能看到這些機器人客服在線上為各位提供服務，相信不久的將來會普及到各行各業，無論產業大小都能見到它們的蹤跡。而虛擬實境（VR）、擴增實境（AR）技術可以讓客戶在無法立刻取得實體商品的情況下就能從多角度檢視商品細節，增加顧客對商品的信心與信任。將這些數位內容應用於社群行銷中，都是非常前瞻創新的思維，只要搭配產業選擇合適的社群行銷方式，就算是小生意都有可能在全球化的市場中大發利市。（本文作者張世泰現為臺北企業經理協進會秘書長、臺商張老師）



台商利用社群平台行銷的思維

■ 陳立夫

范冰冰，一個多數台灣人熟悉的名字。

張大奕，一個多數台灣人陌生的名字。

2016年11月11日人類史上規模最大的購物節日再度展開，由阿里巴巴所發起第八個年頭的雙11網購節（又稱：光棍節），當日總成交額超越1200億人民幣（新台幣6000億）。其中由網路紅人（俗稱：網紅）張大奕所開設的淘寶網店『吾歡喜的衣櫥』，在平台女裝類別進入前十大店家，與優衣酷UNIQLO、韓都衣舍（註：內地最大本土女裝線上品牌）平起平坐，分庭抗禮。

張大奕，28歲的女孩，模特兒出道，其穿著搭配在社群平台上深受粉絲推崇與喜愛，所經營的網路商店更是號稱淘寶神話且覆購率幾乎達到100%，網店粉絲430萬，堪稱電商網紅第一人。據福布斯(Forbes)報導，2015年張大奕電商收益約為3億人民幣（約新台幣15億），而在同年，中國知名女星范冰冰收入約1.4億人民幣（約新台幣7億）。一個80後的年輕女孩僅僅單憑個人魅力的影響，就達到優衣酷UNIQLO級別的似同銷售量，且個人收益完勝內地影視第一女星。或許，這是柳井正（優衣酷UNIQLO現任社長）與范冰冰做夢也沒想到的。2016年堪稱是網紅元年。『網紅』正在世界各地默默地滲入與佔據成為人們生活中購買行為的指標與參考，網紅經濟也正式宣告到來。

網紅，一個或許在2015年前聽都沒聽過的名稱，為何在2016年爆炸式的出現？任何規模經濟的形成，幾乎都是環境因子的逐步變化，造就『水到渠成』的到來。隨著近年來如：阿里巴巴Aalibaba、亞馬遜Amazon、ebay、Yahoo、LAZADA等電子商務網站的崛起與其蓬勃發展，造就了一次次的經濟成長與驅動。而在電子商務網站的啟動下，社群平台亦展現其電商平台無法達成與比擬的強大優勢—『貼近消費者』，在電商平台的網路世界中迅速佔據了舉足輕重的地位。

人們的消費模式，由早期的實體購物逐步偏向虛擬購物，購物不再一定是需要開著車出門，而是在家瀏覽幾個網頁或平台，藉由幾個購物結帳步驟即可完成。電子商務平台的普及與完善便

是其最大的幕後推手。人們渴望購物便利性的同時，其實也追求購物過程中所帶來的滿足感與溫度，『社群』便是在虛擬平台中最貼近此想法的『團體』，於是單純的社群網站如：Facebook、WhatsApp、Facebook Messenger、微信WeChat、LINE等，與電子商務平台如阿里巴巴Aalibaba、亞馬遜Amazon、ebay、Yahoo、LAZADA等慢慢地越走越近，形成了平台中有社群、社群中有平台的局面。

現行社群網站多數早已不是社群『網站』，而是『社群平台』。平台意味著多元、多工、多能且可以讓供需兩端依循平台模式在其展現，而平台則『順勢』成為其虛擬市場的『規則制定者』，差別只在於供應端與消費端選擇在哪個平台運作，而平台的成敗則在於誰『擁抱多數消費群眾且到最後』。

台灣有著一群努力又辛勤的台商，曾造就了以貿易著稱的王國。對於電子商務卻是又愛又恨，在環境推移下多數仍投入電商的懷抱，差別僅在於程度的不同。而社群對於許多台商的思維來說，或許仍然停留在屬於『通訊與交流的軟體』，殊不知社群早已與平台結合，而平台乃是終端消費者的決戰地。目前的社群平台多元且群起，許多新的元素仍不斷地被投入，例如360度相機、互動式回饋、直播、機器人售服等，創新的功能仍處於快速展現與發展的階段，實非單一招式與架構所能駕馭，而台商個別營運的產業模式不同且差異甚大，並無特定形式架構可套用。雖無既定招式，但也不至於亂槍打鳥，而是有一定脈絡可依循。台商應針對產業、類別、產品、項目等不同，考量本身產業環境、模式與特色，發展屬於個別產業、企業的社群特性與定位，方能藉由『社群平台』的浪潮，推動營運的成長。

台商如何藉由社群平台拓展營運？第一步，但卻也是最困難的一步：先踏踏實實的進一步認識何謂電子商務、社群平台，並了解其『規則與模式』吧！（本文作者陳立夫現為中華民國企業經營管理顧問協會常務理事、臺商張老師）



台商如何活用五大社群網站 增強行銷實力

■ 徐丕洲

一、台商對社群網站應有的認識

所謂社群網站服務亦稱為社群網站，其主要作用是為一群擁有相同興趣與活動的人建立線上社群，這類服務往往是基於網際網路為用戶提供各種聯繫及交流的互動通路，如：電子郵件、即時通訊服務，此類網站通常透過朋友一傳十、十傳百的把展延開去，就像樹葉的脈絡，華語地區一般稱之為「社群網站」。

過去企業投入在社群網站的預算僅佔總預算的 9% 但預計未來 5 年內將會成長 100%，在社群網路成為 21 世紀的主流世代，從資料蒐集到消費，人們透過這些社群作為新的溝通管道方式，當 Facebook、Twitter、Pinterest、Instagram 等，社群網路逐漸滲透在你我的生活中，也成為不可或缺的精神食糧，

電商也成為不可或缺的力量，藉以壯大自己的品牌，某些品牌甚至是藉由社群網路增進市場的銷路，也獲致驚人的業績

二、Facebook 適合作為目標客群的廣告平台

如眾所知，Facebook 是目前眾多社群網站之中，使用人數最多的，廣泛地連結每個人生活圈的朋友和家庭成員，對業者來說也是連結消費者的管道之一。

然而根據 Facebook 過去兩年來使用者人口統計的變數分析，並沒有很明顯的差異，其主要原因乃在使用者的年齡層在 18 至 29 歲，佔

87%，而在 30 至 49 歲的使用者比例減少，但 65 歲以上的長者則有顯著增加的趨勢，由於 Facebook 的資訊流動非常的迅速，社群網路所需要的 FAQ 功能，Facebook 也無法即時提供這項服務，根據統計結果顯示，近來 Facebook 被大量資訊流洗版，使得粉絲專頁的點閱率減少，發布文章或是所販賣的產品帶來的經濟效益也不大。

以臉書做為社群網路的平台，只能鎖定 2% 的客群，因此與過去相較之下，臉書傳遞訊息的可靠性下降了，不過，如果你的粉絲專頁仍然有足夠按讚數量，粉絲人數也有持續成長，則可以透過付費的廣告，以增加網頁的流量影響，潛在的特定客群，刺激這些潛在消費者回到網站。

所有的品牌都有均等的機會，只要付費就能夠將目前存在的客群或是曾經瀏覽過你的網站之消費者，增加網站在臉書上的曝光率，因此，付費廣告的優勢便在於它是高度目標化，而與消費者喜好有高度相關，比起將廣告暴露在非主要的客群中來得更有效。

三、Twitter 適合有意義的內容對話或是社會支持

Twitter 限制使用者發文的字數在 140 個字以內，有點像是 Plurk 的一種微網社群，在台灣比較不流行，盛行於歐美國家，根據統計資料顯示，將近五分之一的成年人使用 Twitter，大部分的使用者年齡在 50 歲以下，頗多的品牌以



Twitter 作為社群網絡，但成立的關鍵在於品牌的特性符合 Twitter 的使用者特性。

研究調查指出，Twitter 的使用者偏好圖片更勝於影片，尤其是有趣的內容 (how to and list blog spot) 比起其他種類的資訊轉發次數來得更高，有「引經據典」的動態比起那些沒有「引用」的動態多了將近 43% 的追蹤者。

簡單來說，不論你是賣什麼產品的電商，Twitter 的使用者偏好連結到自身的品牌做內容發佈，則有可能透過社群網路吸引到更多關注相關議題的人，或是藉此提升轉發的次數，提高品牌的能見度，甚至開發新的客戶。

除此之外，Twitter 也是一個最佳創造品牌與消費者的對話空間平台，因為 Twitter 的可及性很高，也被廣泛使用，比較 E-MAIL 的往返時間，那麼 Twitter 更有效、即時，若能在 Twitter 上即時且準確的進行評價，咸信有助於產品的銷售。

有鑑於此 Twitter 的即時性，有些 Twitter 做為主要的社群媒體管道，但這並不是需要較多的售後服務，諸如電子產品而言 Twitter 是一個值得推薦使用的社群網站，能夠有效的為顧客即時解決問題。

四、Instagram 吸引人的實體環境或商品

Instagram 比較適合擁有實體環境展示空間，大量的產品和配件可以在同一個畫面中顯示的品牌，例如衣著服飾配件，這些商品可以被實境展示，同時搭配呈現，也很容易拍出唯美吸睛的照片，甚至透過照片說產品的故事，這樣就很適合使用 Instagram。但若品牌不符合上面的內容，只能夠創造一個創意十足的策略，像是讓消費者主動為品牌創造流量的 U Q C (user generate content)，搭配一致性的主題標籤、影片討論、

Instagram 也能為品牌形象或是銷售量帶來一場炫風。

五、Pinterest 適合飲食、美容及時尚

Pinterest 網站設計的風格非常精美，是以圖示「佈告欄」的方式呈現，目前使用人數約 30% 並逐年上升中，但驚人的是其中有 85% 的使用者是女性，對此，依據 Millward Brown 的調查，有 87% 的使用者習慣在 Pinterest 上找東西及買東西。而這些使用者偏好在 Pinterest 搜尋的五大類主題依序分別是食物、居家裝飾、衣著、服飾配件、美髮美容以及健康健身，其中飲食部分佔 8 成、居家裝飾占 6 成。

由是之故，如果你的品牌在上述五大類之內，則很適合以 Pinterest 做為主要的社群網絡，使用者通常喜歡將他們喜歡的主題「釘」在他們的佈告欄上，作為未來購買的指標，像是一個長期的慾望清單、購買靈感的泉源，所以如果你的佈告欄看起來夠誘人、夠獨特，也可能會吸引使用者的目光，衝高流量和購買的人氣。

Pinterest 可透過下述的技巧諸如：(1) 在照片上提供更豐富及有效的資訊 (2) 將多種不同情境的照片融合成一張圖在佈告欄上發布 (3) 主動引發 (潛在) 消費者到 Pinterest 上 (4) 根據不同的客群分別開不同主題的佈告欄，藉以確保自己的佈告欄可以在消費者的喜好佈告欄上，等待的時間越長，帶來更高的點閱率，進而轉換到你的商場購物。

總而言之，台商選擇社群網站時，請再三的考量每個社群網站的特性，也要清楚知道自己市場定位在哪裡，才能用最有效的方式獲得最大的經濟效益。（本文作者徐丕洲現為榮泰企管顧問有限公司董事長、臺商張老師）



中國大陸自貿試驗區關於 仲裁制度的新變革

■ 陳希佳

依據中國大陸向來的司法實踐，沒有涉外因素的案件，不能約定在境外或提交境外的仲裁機構仲裁，即便是外商獨資企業，因其為在中國大陸註冊登記的企業，故不被認定有涉外因素；但最高人民法院於甫發布的《最高人民法院關於為自由貿易試驗區建設提供司法保障的意見》（法發〔2016〕34號，下稱《意見》）中，針對在自貿試驗區的企業，作出特別規定，就上述向來見解有突破性的發展，謹引述並說明如下：

首先，《意見》第九條第一段明定：「在自貿試驗區內註冊的外商獨資企業相互之間約定商事爭議提交域外仲裁的，不應僅以其爭議不具有涉外因素為由認定相關仲裁協議無效」，此為在自貿試驗區內註冊的外商獨資企業約定將商事爭議提交域外仲裁提供了明確的法律基礎，變更了向來的見解。

其次，《意見》第九條第二段規定：「一方或者雙方均為在自貿試驗區內註冊的外商投資企業，約定將商事爭議提交域外仲裁，發生糾紛後，當事人將爭議提交域外仲裁，相關裁決做出後，其又以仲裁協議無效為由主張拒絕承認、認可或執行的，人民法院不予支持；另一方當事人在仲裁程序中未對仲裁協議效力提出異議，相關裁決作出後，又以有關爭議不具有涉外因素為由主張仲裁協議無效，並以此主張拒絕承認、認可或執行的，人民法院不予支持」，此規定為在自貿試驗區內註冊的外商投資企業約定商事爭議提交域外仲裁後，該仲裁裁決的承認、認可及執行提供了相當的支持。依此，在涉及一方為在自貿試驗區內註冊的外商投資企業的境外仲裁案件，倘任一方欲以相關爭議不具有涉外因素為由主張仲裁協議無效，必須儘早提出相關主張，否則，在相關裁決作出後，再以之為由請求人民法院拒絕

承認、認可或執行的，人民法院將不予支持。

最末，《意見》第九條第三段規定：「在自貿試驗區內註冊的企業相互之間約定在內地特定地點、按照特定仲裁規則、由特定人員對有關爭議進行仲裁的，可以認定該仲裁協議有效。人民法院認為該仲裁協議無效的，應報請上一級法院進行審查。上級法院同意下級法院意見的，應將其審查意見層報最高人民法院，待最高人民法院答覆後作出裁定。」就本段規定如何解讀，各方意見不一。有認為依據本段的規定，已開放在自貿試驗區內註冊的企業相互之間約定「臨時仲裁」（ad hoc arbitration），例如當所約定的「特定仲裁規則」為聯合國貿易法會（UNCITRAL）的仲裁規則時，聯合國貿易法會的仲裁規則原本設計供臨時仲裁使用，並沒有指向特定的仲裁機構，如此解釋，方突顯本段的重要意義；但亦有認為本段應限於該特定仲裁規則已明文規定指向特定仲裁機構的情況，例如中華仲裁協會仲裁規則第2條之1規定：「當事人約定依本規則進行仲裁，除另有約定外，表示同意將爭議提交本會仲裁」，或2015年中國國際經濟貿易仲裁委員會仲裁規則第4條第4款規定：「當事人約定按照本規則進行仲裁但未約定仲裁機構的，視為同意將爭議提交仲裁委員會仲裁」，否則本段將與中國大陸仲裁法第16條的明文規定衝突，就此，待日後司法實務確認。

無論如何，本《意見》的施行，均顯示中國大陸仲裁法制在自貿試驗區先行先試，進一步拉近中國大陸仲裁法制與國際多數仲裁實踐的距離。（本文作者陳希佳現為品誠梅森律師事務所合夥人／北京辦公室首席代表、臺商張老師）



大陸銀行對外資帳戶的清查對台商的影響

■ 陳文孝

過去外資企業或個人看好人民幣的升值空間，想盡辦法要把錢搬進大陸，但現在面臨人民幣貶值及中國開始實施金融帳戶資訊交換與加強反洗錢的趨勢下，又陸續把錢從大陸搬出。但在現今大數據系統的監視下，跨境洗錢的風險將比以往來的大幅提高，企業及個人應注意此違法行為所帶來的相關風險。以下是中國今年開始實施『全球金融帳戶資訊自動交換』(CRS)的說明及應注意事項。

2014年9月中國大陸在G20財政部長和央行行長會議上承諾將實施“AEOI”，首次對外交換資訊的時間為2018年9月。兩年來，大陸國家稅務總局會同金融主管部門積極推動“AEOI”實施相關準備工作。2015年7月，《多邊稅收征管互助公約》由第12屆全國人大常委會第15次會議批准，已於2016年2月生效，為實施

“AEOI”提供了多邊法律基礎。2015年12月，大陸國家稅務總局簽署了《金融帳戶涉稅資訊自動交換多邊主管當局間協議》，為在2018年9月前實施CRS奠定了法律基礎，截至目前，全球已有101個稅務管轄區參與CRS。

2016年10月14日大陸國家稅務總局發佈了《非居民金融帳戶涉稅資訊盡職調查管理辦法（徵求意見稿）》，要求依法在大陸境內設立的金融機構，包括存款機構、託管機構、投資機構和特定保險機構，應按照以下時間和要求，對在本機構開立的金融帳戶開展盡職調查，識別非居民帳戶，並收集帳戶相關資訊：

1. 2017年1月1日開始，對新開立的個人和機構帳戶開展盡職調查；
2. 2017年12月31日前，完成對存量個人高淨值帳戶（截至2016年12月31日金融帳戶加總餘額超過600萬元人民幣）的盡職調查；
3. 2018年12月31日前，完成對存量個人低淨值帳戶和全部存量機構帳戶的盡職調查。

按照《管理辦法》的要求，中國大陸境內金融機構將從2017年1月1日起對新開帳戶開展盡職調查。對於在金融機構開立新帳戶的個人和企業來說，在開戶時需額外填寫一份聲明文件，聲明其稅收居民身份。對個人而言，需要聲明是否為中國大陸稅收居民或者非居民。對企業而言，需要聲明是否為中國大陸稅收居民、非居民或者消極非金融機構。

由於台灣目前未參與CRS，因此台灣以外國民的資訊不會提供給其他國家，但也無法從其他國家獲得台灣國民在境外的相關資訊，從某方面來看，台灣金融機構的OBU境外分行所提供的帳戶與金融商品，是否成為世界各國高資產人士未來的選項標的之一。但台灣的金融機構有投資海外設立子行或分行的，子行與分行在當地國則須遵從CRS的規定，除此之外，日後於台灣進出的資金亦可能都會被世界各國放大檢視其資金來源的合法性，此影響對於我國努力推動金融國際化無疑是個重大衝擊。

另外，中國為防止部分人士利用金融機構進行洗錢活動，今年7月1日即將生效的《金融機構大額交易和可疑交易報告管理辦法》，將要求金融機構與非金融機構針對大額與可疑的交易都要進行申報，相較現有規定，新《辦法》擴大了要進行報告的機構，例如將第三方支付的非金融機構也納入要報告的行業中，以往只有金融機構要向洗錢防制中心進行報告，包含銀行、保險、證券、信託、基金、資產管理公司等，要報告的金額起點也從目前的當日單筆或者累積交易20萬元降為5萬元人民幣，防止透過利用眾多人頭以螞蟻搬家化整為零的方式進行洗錢。所以在中國大陸經營企業的台商老闆、台籍員工都應注意這些法規的要求，避免輕易觸法。（本文作者陳文孝現為勤業眾信聯合會計師事務所執行副總、臺商張老師）



原產地規則效應與對大陸出口企業的影響

■ 童裕民

根據財政部關務署 2017 年 1 月 19 日 HS 10 碼貨品分類號列資料顯示，符合「大陸物品有條件准許輸入 (MP1)」之貨物稅則有 342 項，符合「大陸物品不准輸入 (MWO)」之貨物稅則有 2329 項，管制及禁止項目繁多，種種規定不僅考驗著台灣海關對大陸原證地規則的認知，也增加了大陸貨物通關時的複雜度和爭議性。

一、原產地規則

原產地規定 (Rules of Origin) 主要目的是確定貨品的「國籍」，國際間經過 GATT 多次的關稅減讓多邊談判，關稅已降低許多，利用關稅來保護本國貨物的功效已大不如前。因此，原產地證明規則便順理成章的成為反制他國貨物的一大利器。大陸近年來已成為台灣最大進出口貿易國，然台灣對大陸貨物的管制與限制仍舊存在。且各貨物規定不一，有的要申請證明文件，有的要申請輸入許可證，或是特定公會才可進口等等，所以界定原產地就顯得重要。

二、原產地規則對國際貿易產生的效應

(一) 貿易限制效應

目前各國和地區實施的原產地規則並不統一，因而各國根據原產地規則制定自己的標準，從而產生貿易限制效應。由於 WTO 在《原產地規則協議》中未統一各國原產地標準的具體指標，如果某一成員國把標準訂得很高，這將會使得依靠加工貿易的發展中國家在國際市場競爭中處於不利地位。已開發國家對敏感商品如紡織品、服裝實施配額限制，並經常更改原產地規則相關內容，使之有利於本國市場。

(二) 貿易轉移效應

優惠性原產地規則直接或間接的鼓勵生產商更多使用區域內的當地成份，或將大多數工業加工過程放在本土進行，製造商為獲得產品的原產地資格勢必要改變原有那些符合成本最低的工序組合及投入品的採購來源，把本來可以放在區域外生產的工序放到了區域內，本來可以使用區域外的廉價原料現在只能改用區域內的高價原料，產生了貿易轉移效應。

(三) 投資轉移效應

國際生產折衷理論認為企業具備所有權優勢、內部化優勢和區位優勢時，它將從事對外直接投資。優惠性原產地規則導致的貿易轉移以及「被動投資」形成的投資轉移，有悖傳統國際貿易理論中，關於各國依據比較優勢參與國際分工以獲取貿易利益的理論基礎，人為破壞了「最有效」的國際分工模式，扭曲了生產全球化資源有效配置原則。

三、原產地規則對大陸出口企業產生的影響

(一) 造成貨物出口壁壘

大陸是出口導向的經濟體系，而世界各國的原產地標準高低與數量直接影響了大陸的出口貿易。一方面，各國的原產地標準過高，對原產地規則的解釋或理解不一致而導致執行中的偏差及製作原產地證明書的煩瑣等。另一方面，標準過繁，由於未統一全球的原產地標準，各國的原產地規則錯綜複雜，定義方式多種多樣。增加企業的出口成本和經營負擔，也削弱了產品在國際市場上的競爭力。

(二) 使加工貿易的發展接受新的考驗

在大陸的出口企業中，勞動密集的製造和加工業對農村的經濟發展、緩解就業壓力有著巨大的貢獻。而這些企業對原產地規則的變化和標準極其敏感。不同的原產地規則直接影響加工貿易的規模、產品料件構成等。對此，從事加工貿易的企業必須適應「實質性改變」標準。大陸這類產品有可能達不到該標準時，如何確定這些產品的原產國，如何進行貿易統計，就會遇到難題。特別是來料加工產品，如果根據有關規定將其判定為大陸原產品，則在貿易統計中將歸類為出口統計（事實上出口加工企業只賺到低廉的加工費），這就很容易使大陸背上沉重的貿易順差包袱，且極易遭到進口國的貿易報復。在不利於大陸加工出口貿易的發展同時，最終將對大陸的就業問題、三農問題（農民、農業、農村）造成壓力。（本文作者童裕民現為開南大學物流與航運管理系所專任副教授、臺商張老師）



從中共中央經濟工作會議 看四樑八柱性改革與商機

■ 洪清波

中共中央經濟工作會議於 12 月 14 日至 16 日在北京舉行。習近平在會議中佈署 2017 年的經濟工作。習近平的講話成為近日中國本土專家學者熱議的焦點。本文將綜合各家論述，提供台商佈署 2017 年在中國大陸市場投資工作的參考。

一、四樑八柱性的改革內容

習近平在會議上提出，經濟結構繼續優化，創新對發展的支撐作用增強。改革開放取得新突破，主要領域「四樑八柱」性改革基本出臺，對外開放佈局進一步完善。何謂「四樑八柱」性的改革？四樑八柱原義指的是支撐建築物的基礎結構，套在目前中國大陸的改革，具體的說就是指，「國有企業、財稅金融、科技創新、土地制度、對外開放、文化教育、司法公開、環境保護、養老就業、醫藥衛生、黨建紀檢等領域具有牽引作用的改革」。這些有利於構建經商環境的改革已推動一段時間，其相關信息，坊間論述很多，在此不再贅述。

二、深化供給側改革摘要

會議指出，2016 年是以“三去一降一補”五大任務為抓手，2017 年要繼續深化供給側結構性改革。包括三個部分：

第一，深入推進“三去一降一補”。去產能方面，要繼續推動鋼鐵、煤炭行業化解過剩產能。去庫存方面，重點解決三四線城市房地產庫存過多問題。去槓桿方面，要把降低企業槓桿率作為重中之重。

要加大股權融資力度，加強企業自身債務槓桿約束等。要規範政府舉債行為。降成本方面，要在減稅、降費、降低要素成本上加大工作力度。補短板方面，要更有力、更紮實推進脫貧攻堅各項工作，集中力量攻克薄弱環節，把功夫用到幫助貧困群眾解決實際問題上，推動精准扶贫、精准脫貧各項政策措施落地生根。

第二，深入推進農業供給側結構性改革。要把增加綠色優質農產品供給放在突出位置。培育新型農業經營主體和服務主體。要嚴守耕地紅線，推動藏糧於地、藏糧於技戰略加快落地，保護和提高糧食綜合生產能力。廣辟農民增收致富門路。

第三，著力振興實體經濟。要堅持以提高品質和核心競爭力為中心，堅持創新驅動發展，擴大高品質產品和服務供給。實施創新驅動發展戰略，既要推動戰略性新興產業蓬勃發展，也要注重用新技術新業態

全面改造提升傳統產業。要更加重視優化產業組織，提高大企業素質，在市場准入、要素配置等方面創造條件，使中小微企業更好參與市場公平競爭。

第四，促進房地產市場平穩健康發展。要堅持“房子是用來住的、不是用來炒的”的定位，綜合運用金融、土地、財稅、投資、立法等手段，加快研究建立符合國情、適應市場規律的基礎性制度和長效機制，既抑制房地產泡沫，又防止出現大起大落。要在宏觀上管住貨幣，微觀信貸政策要支持合理自住購房，嚴格限制信貸流向投資投機性購房。同時，要繼續扎實推進以人為核心的新型城鎮化，促進農民工市民化。要深入實施西部開發、東北振興、中部崛起、東部率先的區域發展總體戰略，繼續實施京津冀協同發展、長江經濟帶發展、「一帶一路」建設三大戰略。

三、幾個值得注意的產業

「中國製造 2025」是「把中國打造成為高科技強國的頂層戰略」。「中國製造 2025」相關的產業如下，新能源汽車、高科技船舶構件、新能源和再生能源設備、工業機器人、高性能醫療器材、收割機和馬立高於 2000 的牽引機、手機芯片、寬體飛機等八類產業。（參考資料：製造強國專家委員會，墨卡托中國研究中心，MERICS）。此外，值得注意的是，今年中國大陸國務院批准三個很特別的基金，一個是肩負著利用 200 億元人民幣進行重點行業技術升級優化的「先進製造產業投資基金」（Advanced Manufacturing Fund），另一個擁有 1390 億元人民幣的可支配資金的國家積體電路產業投資基金（National Integrated Circuit Fund），及擁有 400 億元人民幣，肩負扶持中國大陸國內新秀企業的新興產業創業投資引導基金（Emerging Industries Investment Fund）。墨卡托報告中提出，

此類支持，再加上一些中國公司在海外收購行業領軍者的能力，可能將一些中國製造業巨頭推向全球科技先鋒之列。

四、綜論

儘管會議並不否認中國經濟運行面臨的「突出矛盾和問題」，但毫無疑問，「四樑八柱」性改革的深化，與供給側改革的深化，兩者的匯集將有利於「中國製造 2025」的中國夢的實現，台商可斟酌自身資源，適當佈局上述八項產業。（本文作者洪清波現為橋投資服務公司執行董事、臺商張老師）



大陸經濟在「穩中求進」中向前行

■ 高 長

去年12月中旬，大陸召開中央經濟工作會議，定調今年經濟工作任務總基調為「穩中求進」，強調將繼續實施積極的財政政策和穩健的貨幣政策。由於目前大陸經濟處境，內部面臨的經濟下行壓力有增無減，外部國際政經大環境又存在眾多不確定因素，明年大陸經濟情勢發展，備受各界關注。

過去一年，大陸經濟雖然保住6.7%的成長目標，但各項主要經濟指標的表現都不如預期。以固定資產投資為例，資料顯示，去年前11個月，全大陸固定資產投資平均成長8.3%，較2014年的15.7%、2015年的10.2%低許多；其中，民間固定資產投資的表現更差，僅成長3.1%。民間消費需求是影響經濟成長的另一項重要指標，同期間只成長10.4%，可說是乏善可陳；外需方面的表現更差，去年1-11月累計出口總值18,889億美元，較上年同期減少7.9%；同期間，進口總值也呈現負成長（-6.5%）。

持平而論，去年大陸宏觀經濟運行並不順暢，譬如房地產市場大起大落，影響宏觀經濟穩定；企業違約事件頻傳、商業銀行不良貸款率不斷增加、地方政府盲目舉債的衝動死灰復燃，導致潛在金融風險上升；前期寬鬆政策釋放的流動性，大部分資金都通過國有企業和融資平台投資在較低的基礎設施領域，或房地產、或在虛擬經濟中空轉，衍生各式資產泡沫，對金融穩定造成巨大衝擊。

有鑑於明年即將召開中共「十九大」，大陸宏觀政策將以「穩中求進」為基調，主要的任務在於「保增長、防風險、促改革」。李克強總理在國務院座談會上指示的，「經濟工作要落實新發展理念，要固『穩』、蓄積『進』的能量」，一般預測，明年經濟成長表現不太可能比今年好，但也不至於再大幅下滑，世界銀行和國際貨幣基金(IMF)近期公布，明年大陸經濟成長率分

別為6.5%和6.2%。中國科學院的研究也指出，大陸經濟成長率預估為6.5%左右，較2016年漲幅下降0.2個百分點，全年度經濟成長趨勢將呈現前高後低特徵。

近年來，由於支撐過去30年大陸經濟高成長的幾大動力都在減弱，全球化紅利耗竭、工業化紅利遞減、人口和改革紅利也不再，加上全社會的儲蓄率逐漸下滑，大陸經濟潛在成長的動能的確在減弱。

通過改革推進經濟轉型，加速結構調整，創造經濟成長新動能，是今年大陸經濟發展的一大看點，其中，供給側結構性改革是「十三五」期間改革政策的主軸，主要任務目標包括「去產能、去庫存、去槓桿、降成本、補短板」等五大項，今年將持續推動。不過，有別於去年的重點放在「去產能」和「去庫存」，今年或將加重「去槓桿」的力道；在降成本方面，預計會繼續採取降稅、減費等措施，減輕企業用工、物流和融資成本將是其中重點。

國企改革是供給側結構性改革的核心，債轉股和地方國企混改的進展值得關注。展望明年，正在積極推進的「債轉股」，在去槓桿方面或將發揮重要作用；地方國企混改將加速，包括引進戰略投資者和員工持股等形式。另外，去產能、去殭屍也將積極推進，國企十項改革試點有可能全面展開。這些工作若能順利推行，或將為大陸創造新一輪的改革紅利和成長動能。

這一波國企改革強調引進私營、社會資本，對台資企業而言或將是個投資機會，不過，其中可能存在許多陷阱，譬如投資進場是否享有應有的經營權、改革後企業經營績效能否真正提升、退場機制等，尤其中央與地方改革政策步調不一致，推入改革的國企清單並未真正劣質企業，投資者不可不慎。（本文作者高長現為臺北企業經理協進會理事長、臺商張老師）



大陸台商在何種情形下可以運用仲裁解決合同爭議

■ 李永然

■ 臺商諮詢問題摘要

大陸台商甲在台灣設有一 A 公司、台灣 A 公司將一批貨物出售給陸商在中國大陸設立的 B 公司；台灣 A 公司與大陸 B 公司雙方訂有一「買賣貨物合同」；該合同內約定：「如因本合同所生之爭議，雙方同意由『中國國際經濟貿易仲裁委員會（北京）』仲裁」。嗣後，台灣 A 公司對於大陸 B 公司遲遲未給付貨款，欲透過法律途徑解決，台灣 A 公司該如何處理？

■ 臺商張老師諮詢解答

台商在中國大陸發生民事爭議，時有所聞；其解決途徑，不外有：協商、調解、訴訟或仲裁；如果欲透過「仲裁」的途徑，由「仲裁機構」仲裁，依大陸《仲裁法》第 4 條規定：「當事人採用仲裁方式解決糾紛，應當雙方自願達成仲裁協議。沒有仲裁協議，一方申請仲裁的，仲裁委員會不予受理。」；足見欲透過「仲裁」途徑解決爭議，必須以有「仲裁協議」為前提。

而「仲裁協議」包括合同中訂立的「仲裁協議」和以「其他書面方式」（註 1）在發生糾紛前或者糾紛發生後達成的請求仲裁的協議。又「仲裁協議」應當具有下列內容：（一）請求仲裁的意思表示；（二）仲裁事項；（三）選定的仲裁委員會（大陸《仲裁法》第 16 條）。

就以本案例而言，台灣 A 公司與大陸 B 公司雙方已事先於「買賣合同」中訂有「仲裁條款」，並很明確地約定由位於大陸北京市「中國國際經濟貿易仲裁委員會」為仲裁機構，而且雙方於「仲裁條款」顯示「合同爭議」可以仲裁，「貨款未付」屬於「合同爭議」（註 2），台灣 A 公司向可將該爭議申請位於北京市之「中國國際經濟貿易仲裁委員會」仲裁，且大陸 B 公司不得異議。

台商甲進行此一程序，應注意以下幾點：

- 1、申請仲裁時，應當向「仲裁委員會」遞交「仲裁協議、仲裁申請書及副本」（大陸《仲裁法》第 22 條）；而該「仲裁申請書」內應載明：（1）當事人的年籍住所，（2）仲裁請求和所根據的事實、理由；（3）證據和證據來源、證人姓名和住所（大陸《仲裁法》第 23 條）。
- 2、仲裁庭的組成一般是有「三名仲裁員」組成，如屬此種情形，申請人及另一方當事各自選 1 名仲裁員，至於「第三名仲裁員」則由雙方當事人共同選定或者共同委託「仲裁委員會主任」指定（大陸《仲裁法》第 31 條）。
- 3、大陸仲裁也是採「一裁終局」的制度（大陸《仲裁法》第 9 條第 1 款前段）；當事人應當履行「仲裁裁決」，一方當事人不履行的，另一方當事人可以依照大陸《民事訴訟法》的相關規定，向大陸管轄之「人民法院」申請強制執行（大陸《仲裁法》第 62 條）。

以上說明，供台灣 A 公司之代表人台商甲參酌運用，台商甲應於遇上糾紛時，迅即處理，切勿拖延，並於備齊法律文件及證據，依法進行法律救濟，俾免逾越「訴訟時效」（註 3），並保自身權益（本文作者為行政院陸委會台商張老師、中華民國仲裁協會常務理事）。

註 1、大陸《仲裁法》第 16 條所規定的「其他書面形式」的仲裁協議，包括以合同書、信件或數據電文（包括電報、電傳、傳真、電子數據交換和電子郵件）等形式達成的請求仲裁的協議（參見大陸（最高人民法院關於適用）《仲裁法》若干問題的解釋）第 1 條。

註 2、當事人概括約定仲裁事項為「合同爭議」的，基於合同的成立、效力、變更、轉讓、履行、違約責任、解釋、解除等產生的糾紛，都可以認定為「仲裁事項」（參見大陸（最高人民法院關於適用）《仲裁法》若干問題的解釋）第 2 條。

註 3、關於「訴訟時效」於大陸《民法通則》第 7 章（第 135 條～第 141 條）中規定，其「一般訴訟時效」為「二年」（《民法通則》第 135 條規定：向人民法院請求保護民事權利的訴訟時效期間為二年，法律另有規定的除外）。（本文作者李永然現為永然聯合法律事務所所長、臺商張老師）



與陸資工廠訂定合作生產合同應注意事項

■ 吳光明

■ 臺商諮詢問題摘要

欲與陸資工廠訂定合作生產合同，請問合同應注意什麼事項？有沒有範本可參考？

■ 臺商張老師諮詢解答

茲依來函所述問題，說明如下，以供參考：

《中華人民共和國合同法》於 1999 年 3 月 15 日通過。依該法第 2 條規定：「本法所稱合同是平等的自然人、法人、其他組織之間設立、變更、終止民事權利義務關係的協議。」在大陸法系傳統學理上，合同被認為係一種「合意」或者「協議」。由於大陸民事法律及理論繼受了大陸法系合同概念，大陸《民法通則》第 85 條中之「協議」與「合意」相同意義。

來函中所提及「合作生產」應係指技術合同之一種。依該《中華人民共和國合同法》第 322 條規定，技術合同是當事人就術開發、轉讓、諮詢或者服務訂立的確立相互之間權利和義務的合同。

因此，來函中「合作生產」應係指兩個或兩個以上國家之企業，以合作經營方式，在生產過程中，充分發揮合作各方之有利條件，共同生產某項產品。合作生產為契約式合營在生產領域之具體表現。

合作生產之基本形式包括：1. 當事人雙方分別生產不同之部件，由一方或雙方裝配成完整之成品出售。2. 由技術較強之一方提供關鍵部分與圖紙，並在其指導下，由較弱之一方生產次要部件，並組裝成完整產品，在本國市場或國際市場銷售。3. 由一方提供生產或設備，按各自之專業分工製造某種零部件、配套件或生產某種產品。在此種合作方式下，技術與設備按技術轉讓辦法與買賣關係處理。

合作生產有如下之優點：（1）有利於學習外國之先進技術，提高國內之企業管理水平與勞動生產率；（2）有利於國內出口商品之品質、規格、花色、品種、式樣之提高與改進，加強出口商品之適銷性與競爭能力；（3）有利於挖掘生產潛力，發揮我國人力資源之優勢，擴大進出口貿易；（4）有利於對外資之吸引與利用，解決國內建設資金與外匯收入不足之問題；（5）有利於加強與擴大國際經濟合作與科學技術之交流。

合作生產合同條款，涉及法律部分，例如侵權行為、保密義務、不可抗力、合同之生效、終止與其他條款等。

因此，欲與陸資工廠訂定合作生產合同，所應注意之事項，還要根據生產合同之特點及形式，對合作雙方之合作內容、合作範圍、合作各方之權利義務等加以明確約定。

欲與陸資工廠訂定合作生產合同，至少應有如下內容：

1. 定義條款之意義；
2. 合作生產合同之範圍；
3. 雙方之責任與義務；
4. 技術服務之內容；
5. 技術資料之交付時點；
6. 機器設備、配套件與工具之交付時點；
7. 價格若干與支付之時點；
8. 銷售合作方式等。

以上各點，均應一一列入，約定越細膩、具體，將來越不會發生爭議。

另外，與陸資工廠訂定合作生產合同，牽涉各種具體層面問題，在法律面，除合同應注意上述各種事項外，比較難有範本可供參考。不過，由於《中華人民共和國合同法》不採消費者合同單獨立法之模式，而統一規定商事合同與民事合同。如合同一方為消費者、勞動者情況下，應當優先考慮消費者、勞動者利益之特殊保護，亦即對陸資工廠之一方訂定合作生產合同時，會予以某種程度之限制，以達到保護弱勢一方之效果。（本文作者吳光明現為國立臺北大學法律學系兼任教授、律師、臺商張老師）



小三通貿易帳務如何處理？建置 ERP 系統應注意事項為何？

■ 蔡卓勳

■ 臺商諮詢問題摘要

我司都走小三通帳務如何處理？小三通現不通怎麼辦？聽說陸稅員認為台商 ERP 是內帳，現公司又要推 ERP 系統要注意什麼？

■ 臺商張老師諮詢解答

一、小三通是兩岸之間的小額貿易方式，也是國際貿易的一種形式。小三通基本上有兩條路線
一是南線：經金門往返廈門；二是北線：經馬祖往返福州馬尾，人員和貨物可自台灣經由
上述航線直接進出口至中國大陸內陸各地，完成海陸空聯運或快遞等快速物流流程。小三
通貨運屬於合法運送管道，可正式報關，惟對個別客戶的商品無法取具單獨的報關及相關
完稅憑證，在稅務帳上會有一些麻煩，如果量大又沒有報關單或稅單會計無法入稅務進貨
帳，該貨銷售也不能開增值税專用發票；經由小三通進口的產品僅限於參展或在福建轄區
的指定商場才可販售，若離開福建轄區到其他商場販售，必須出示進口許可文件及完稅證
明才可上架販售，否則有些地區甚至以走私逃漏稅論處。由於小三通受到限制，大陸政府
已經限縮小三通的進口貿易模式，因此仍以一般貿易正常進出口報關程式為主要方式。

二、兩岸快遞運輸方式，除小三通還有 EMS、UPS、DHL、Fedex、順豐、郵政包裹以及海、空
運等快遞運輸方式。面對這麼多的國際快遞方式，您可以從運費、安全度、運送速度以及
買家的實際需要幾個方面進行考量，再根據您自己的實際情況選擇適合自己的物流方式。

三、大陸稅務員說部份台商 ERP 是內帳，是因有些中小企業台商是習慣作兩套帳，在這情況下
又快速推行 ERP 系統，自然產生 ERP 還是內帳，大陸金蝶或用友財務系統就是外帳。所
以，凡遇稅務查廠查帳時必至倉庫盤點、電腦也是必查項目甚至抱走電腦主機，這時兩帳
庫存數不一致，內外帳資訊便呈現無遺。因此，在實施 REP 電算化前應先評估公司管理制度
合法性、各種作業流程合理性、會計單証流程必要性以及人員配置適當性等能否結合成
一致性運作，這種事前合理合法的規劃才可避免日後稅務稽查風險。（本文作者蔡卓勳現
為 TSAI&TEAM 蔡老師企業經營團隊總經理、臺商張老師）

請大陸公司提供大陸台灣公司之客戶勞務支出，匯款應如何處理？

■ 黃謙閔

■ 臺商諮詢問題摘要

請問台灣公司委託南京公司提供勞務給在中國地區的客戶，台灣匯款給南京公司，大陸外匯局是否有管制金額，南京公司需準備哪些資料才可收取外匯，作業時間多久才會到帳呢？

■ 臺商張老師諮詢解答

根據台端諮詢，相關諮詢回覆如下

1. 當台灣母公司與南京子公司相互交易往來，則需關注兩岸間各自規定的關聯性交易等環節。
2. 就現行的外匯管理局相關業務，大都已下放至轄區銀行單位進行自理監督及管理執行。故此台灣母公司委託南京子公司於當地提供勞務，並由台灣母公司支付該項勞務費用時，南京子公司需要提供雙方合同至銀行備案核銷說明，即可收取該筆外匯收入。其中到匯作業時間依各銀行作業而定。
3. 再者，台灣母公司應依據 臺灣地區與大陸地區人民關係條例 第二十五條所規定，為其南京子公司辦理所得稅等相關稅則扣繳。其條文說明如下：

「大陸地區法人、團體或其他機構在臺灣地區有固定營業場所或營業代理人者，應就其臺灣地區來源所得，準用臺灣地區營利事業適用之課稅規定，課徵營利事業所得稅；其在臺灣地區無固定營業場所而有營業代理人者，其應納之營利事業所得稅，應由營業代理人負責，向該管稽徵機關申報納稅。但大陸地區法人、團體或其他機構在臺灣地區因從事投資，所獲配之股利淨額或盈餘淨額，應由扣繳義務人於給付時，按規定之扣繳率扣繳，不計入營利事業所得額。」

大陸地區人民於一課稅年度內在臺灣地區居留、停留合計未滿一百八十三日者，及大陸地區法人、團體或其他機構在臺灣地區無固定營業場所及營業代理人者，其臺灣地區來源所得之應納稅額，應由扣繳義務人於給付時，按規定之扣繳率扣繳，免辦理結算申報；如有非屬扣繳範圍之所得，應由納稅義務人依規定稅率申報納稅，其無法自行辦理申報者，應委託臺灣地區人民或在臺灣地區有固定營業場所之營利事業為代理人，負責代理申報納稅。

前二項之扣繳事項，適用所得稅法之相關規定。（本文作者黃謙閔現為宜霖國際會計師事務所 - 大陸投資暨兩岸事務部專案經理、臺商張老師）

兩岸經濟交流統計速報

105年10月份

行政院大陸委員會經濟處製表

民國105年12月5日

項目	當月統計數	當年累計數	資料來源
兩岸貿易(億美元)(註1)	105年10月 118.0 (16.8%)	105年1-10月 955.3 (-3.7%)	81年~105年10月 14,103.4 9,145.4 4,958.0 4,187.4
貿易總額	77.7 (24.1%)	593.6 (-3.8%)	我國海關
對中國大陸出口	40.3 (5.0%)	361.7 (-3.4%)	
自中國大陸進口	37.4 (54.3%)	231.9 (-4.5%)	
出(入)超			
企業赴中國大陸投資	105年10月 12 (-47.8%) 3.6 (-80.5%)	105年1-10月 188 (-31.9%) 74.4 (-14.7%)	80年~105年10月 41,933 1,627.3
投資件數			經濟部投資委員會
投資金額(億美元)(註2)			經濟部投資委員會
參考數據：中國大陸方面發布			
投資項目(個)數	141 (-56.5%*)	105年1-10月 2,857 (24.9%)	105年10月 98,155 643.2
實際利用金額(億美元)	14.3 (2,317.2%*)	29.8 (28.4%)	中國大陸「商務部」
兩岸人員往來	—	105年1-6月 279.0 (5.8%)	76年~105年6月 9,047.4
赴中國大陸旅遊人數(萬人)			中國大陸「國家旅遊局」
中國大陸人民來臺人數(萬人)	21.2 (-44.8%)	105年1-10月 305.7 (-11.8%)	76年~105年10月 2,305.8
			內政部出入國及移民署

註1：依上表中兩岸貿易金額，105年1-10月臺灣對中國大陸貿易佔我外貿總額比重22.8%；其中，出口佔

我總出口比重25.0%，進口佔我總進口比重19.1%。有關兩岸貿易估計，配合經濟部國際貿易局自

100年8月起，不再發布以估算方式統計的兩岸貿易統計，將自101年1月起按財政部每月發布之

「海關進出口貿易統計月報」統計。財政部自105年起由廣義特殊貿易制度改採一般貿易制度，新

制資料追溯推估至90年。

2. 依經濟部統計，截至105年10月底止，企業赴中國大陸投資佔我對外投資總額比重為60.12%。(歷年

累計數含補辦案件)

3. ()係指較上年同期增減比率；*指較上月增減比率。

105年10月份

行政院大陸委員會經濟處製表

民國105年12月5日

項目	中國大陸	臺灣	備註
國內生產毛額(GDP)	42,489.5 (億元新臺幣) 1,339.1 (億美元)	189,334.5 (億元人民幣) 28,352.8 (億美元)	105年7-9月 206%
經濟成長率			6.7%
物價年增率	1.70% -1.88%	1.30% -3.71%	105年10月 105年1-10月
物價	—	—	105年10月 105年1-10月
居民消費價格(CPI)	—	—	—
商品零售價格(WPI)	—	—	—
對外貿易(億美元)	491.2 (13.8%) 267.5 (9.4%) 223.7 (19.5%) 43.8 (-23.7%)	4,184.1 (-4.6%) 2,293.7 (4.5%) 1,890.4 (4.7%) 403.3 (-3.6%)	105年10月 105年1-10月
貿易總額			105年10月 105年1-10月
出口			29,814.8 (-7.6%) 17,115.5 (-7.7%) 12,693.3 (-7.5%)
進口			1,291.2 (-1.4%) 490.6 —
出(入)超			4,416.1 —
核准外人投資	105年10月 件數 金額(億美元)	410.3 (9.0%) 102.9 (179.0%)	105年1-10月 105年10月 —
項目(個)數	—	—	—
實際利用金額(億美元)	—	—	22,580 (7.4%) 1,039.1 (4.2%) 6,663.0 —
外匯存底(億美元)	4,352.6	31,206.6	105年10月底
匯率(期末數)	新臺幣兌1美元 人民幣兌1美元	—	—
			6,7641

註1：()係指較上年同期增減比率。

註2：有關貿易統計部分，財政部自105年起由廣義特殊貿易制度改採一般貿易制度，新制資料追溯推估至90年。

資料來源：1. 臺灣方面統計：(1)行政院主計總處

(2)財政部統計處

(3)經濟部投資委員會

2. 中國大陸統計：(1)中國大陸「國家統計局」

(2)中國大陸「海關總署」

(3)中國大陸「商務部」

國研會

臺灣監督站

■ 大陸地區資訊

大陸最近法規動態摘要

■ 姜志俊輯錄

司法解釋

● 關於巡迴法庭審理案件若干問題的規定

大陸最高人民法院 2016 年 12 月 19 日修正，共 13 條，自同年 12 月 28 起施行，其主要內容如下：

- 一、巡迴法庭範圍：最高人民法院設立巡迴法庭，受理巡迴區內相關案件。第一巡迴法庭設在廣東省深圳市，巡迴區為廣東、廣西、海南、湖南四省區。第二巡迴法庭設在遼寧省瀋陽市，巡迴區為遼寧、吉林、黑龍江三省。第三巡迴法庭設在江蘇省南京市，巡迴區為江蘇、上海、浙江、福建、江西五省市。第四巡迴法庭設在河南省鄭州市，巡迴區為河南、山西、湖北、安徽四省。第五巡迴法庭設在重慶市，巡迴區為重慶、四川、貴州、雲南、西藏五省區。第六巡迴法庭設在陝西省西安市，巡迴區為陝西、甘肅、青海、寧夏、新疆五省區。最高人民法院本部直接受理北京、天津、河北、山東、內蒙古五省區市有關案件。最高人民法院根據有關規定和審判工作需要，可以增設巡迴法庭，並調整巡迴法庭的巡迴區和案件受理範圍。
- 二、常設審判機構：巡迴法庭是最高人民法院派出的常設審判機構。巡迴法庭作出的判決、裁定和決定，是最高人民法院的判決、裁定和決定。
- 三、除外受理案件：智慧財產權、涉外商事、海事海商、死刑復核、國家賠償、執行案件和最高人民檢察院抗訴的案件暫由最高人民法院本部審理或者辦理。
- 四、主審法官負責：巡迴法庭按照讓審理者裁判、由裁判者負責原則，實行主審法官、合議庭辦案責任制。巡迴法庭主審法官由最高人民法院從辦案能力突出、審判經驗豐富的審判人員中選派。巡迴法庭的合議庭由主審法官組成。

部門規章

● 關於不動產登記收費標準等有關問題的規定

大陸國家發展和改革委員會及財政部於 2016 年 12 月 6 日發布，自印發之日起施行，共七條，其主要內容如下：

- 一、不動產登記收費標準：縣級以上不動產登記機構依法辦理不動產權利登記時，根據不同情形，收取不動產登記費。（一）住宅類不動產登記收費標準為每件 80 元。（二）非住宅類不動產登記收費標準為每件 550 元。
- 二、證書工本費標準：不動產登記機構按本通知第一條規定收取不動產登記費，核發一本不動產權屬證書的不收取證書工本費。向一個以上不動產權

利人核發權屬證書的，每增加一本證書加收證書工本費 10 元。不動產登記機構依法核發不動產登記證明，不得收取登記證明工本費。

三、收費優惠減負：對下列情形，執行優惠收費標準。

- (一) 按照本通知第一條規定的收費標準減半收取登記費，同時不收取第一本不動產權屬證書的工本費
- (二) 免收不動產登記費（含第一本不動產權屬證書的工本費）
- (三) 只收取不動產權屬證書工本費，每本證書 10 元。

四、不動產登記計費單位：不動產登記費按件收取，不得按照不動產的面積、體積或者價款的比例收取。沒有房屋等建築物、構築物以及森林、林木定著物的，以土地權屬界線封閉的空間為不動產單元。

● 網路表演經營活動管理辦法

大陸文化部於 2016 年 12 月 2 日公布，共 27 條，自 2017 年 1 月 1 起施行，其主要內容如下：

一、網路表演：本辦法所稱網路表演是指以現場進行的文藝表演活動等為主要內容，通過互聯網、移動通訊網、移動互聯網等信息網路，實時傳播或者以音視頻形式上載傳播而形成的互聯網文化產品。

二、未成年人保護：網路表演經營單位應當加強對未成年人的保護，不得損害未成年人身心健康。有未成年人參與的網路表演，不得侵犯未成年人權益。

三、網路表演禁忌：網路表演不得含有以下內容：
(一) 含有《互聯網文化管理暫行規定》第十六條規定的禁止內容的；(二) 表演方式恐怖、殘忍、暴力、低俗，摧殘表演者身心健康的；(三) 利用人類缺陷或者以展示人類變異等方式招徠用戶的；(四) 以偷拍偷錄等方式，侵害他人合法權益的；(五) 以虐待動物等方式進行表演的；(六) 使用未取得文化行政部門內容審查批准文號或備案編號的網路遊戲產品，進行網路遊戲技法展示或解說的。

四、表演者管理：網路表演經營單位要加強對表演者的管理。為表演者開通表演頻道的，應與表演者簽訂協議，約定雙方權利義務，要求其承諾遵守法律法規和相關管理規定。

五、境外表演者：網路表演經營單位為外國或者香港特別行政區、澳門特別行政區、台灣地區的表演者（以下簡稱境外表演者）開通表演頻道並向公眾提供網路表演產品的，應當於開通網路表演頻道前，向文化部提出申請。未經批准，不得為境外表演者開通表演頻道。（本文作者姜志俊現為翰笙法律事務所主持律師、臺商張老師）